

**DISEÑO DE UN PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA CAPACIDAD COMERCIAL  
PARA LA EMPRESA TIENDAS PORTILLA UBICADA EN EL BARRIO SAN  
DIEGO NORTE, COMUNA 12 DE LA CIUDAD DE PASTO  
(Resumen Analítico)**

***DESIGN OF A PLAN TO IMPROVE THE COMMERCIAL CAPACITY FOR THE  
COMPANY TIENDAS PORTILLA LOCATED IN THE SAN DIEGO NORTE  
NEIGHBORHOOD, COMMUNE 12 OF THE CITY OF PASTO  
(Analytical Summary)***

**Autores (Authors):** CARABALÍ HURTADO, María Fernanda, PÉREZ PANTOJA, Omaira Alexandra, PORTILLA PÉREZ, Cristian Alexander

**Facultad (Faculty):** de FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS.

**Programa (Program):** MERCADEO

**Asesor (Support):** MG. EDGAR MAURICIO SALAS LEIVA

**Fecha de terminación del estudio (End of the research):** SEPTIEMBRE 2024

**Modalidad de Investigación (Kind of research):** Trabajo de Grado

**PALABRAS CLAVE**

DISEÑO  
PLAN DE MEJORAMIENTO  
CAPACIDAD COMERCIAL  
EMPRESA  
TIENDAS PORTILLA

**KEY WORDS**

*DESIGN  
IMPROVEMENT PLAN  
COMMERCIAL CAPACITY  
COMPANY  
PORTILLA STORES*

**RESUMEN:** la capacidad comercial se define como la acción que facilita la relación de intercambio entre la empresa con el mercado, destacando la interacción con el entorno externo. Esta área es una de las más importantes; sobre ella recae la responsabilidad de elaborar y llevar a cabo desde el estudio de

mercado, las estrategias de ventas y marketing que permitan posicionarse y fidelizar clientes. Por consiguiente, se realizó un plan de mejoramiento de la capacidad comercial para la empresa Tiendas Portilla ubicada en el barrio San Diego Norte, Comuna 12 de la Ciudad de Pasto, el cual permita ofrecer soluciones de tipo administrativo-comerciales a la micro empresa Tiendas Portilla, como apoyo para afianzar y diseñar estrategias que le admita al empresario posicionar su negocio en el mercado.

La Metodología de estudio se desarrolló bajo el paradigma es positivismo, el post-positivismo, la teoría crítica y el constructivismo, de tipo descriptivo con un enfoque de la investigación cuantitativo, a partir de este se realizó la recolección y análisis de datos apoyándose en la población objeto de estudio, es decir el sector donde desarrolla su actividad Tiendas Portilla, Además, se ejecutó una entrevista al propietario de Tiendas Portilla con el fin de indagar aspectos internos importantes sobre las acciones que hasta el momento ha estructurado y coloca en práctica, para incrementar su capacidad comercial. El tamaño de la muestra de estudio fue de 246 hogares que se distribuirán igualmente de acuerdo a los Barrios de la Comuna 12 de San Juan de Pasto.

De esta manera, permitió concluir con la propuesta de un plan de acción, el cual contiene de forma resumida, detallada y de fácil entendimiento del diseño del plan de mejoramiento de la capacidad comercial, acorde a la línea de negocio de Tiendas Portilla; planteando las estrategias y mecanismos para el logro de los objetivos.

**ABSTRACT:** *Commercial capacity is defined as the action that facilitates the exchange relationship between the company and the market, highlighting the interaction with the external environment. This area is one of the most important; It is responsible for developing and carrying out, through market research, sales and marketing strategies that allow positioning and customer loyalty. Consequently, a plan to improve the commercial capacity was carried out for the company Tiendas Portilla located in the San Diego Norte neighborhood, Comuna 12 of the City of Pasto, which allows offering administrative-commercial solutions to the micro company Tiendas Portilla, as support to strengthen and design strategies that allow the entrepreneur to position his business in the market.*

*The study methodology was developed under the paradigm of positivism, post-positivism, critical theory and constructivism, of a descriptive type with a quantitative research approach, from which data collection and analysis was carried out based on the population under study, that is, the sector where Tiendas Portilla carries out its activity. In addition, an interview was carried out with the owner of Tiendas Portilla in order to investigate important internal aspects about the actions that it has structured and implemented so far, to increase your commercial capacity. The size of the study sample was 246 households that will be*

*distributed equally according to the neighborhoods of Commune 12 of San Juan de Pasto.*

*In this way, it allowed us to conclude with the proposal of an action plan, which contains in a summarized, detailed and easy-to-understand manner the design of the commercial capacity improvement plan, according to the business line of Tiendas Portilla; proposing strategies and mechanisms to achieve the objectives.*

**CONCLUSIONES:** al realizar el diagnóstico interno y externo haciendo uso de los instrumentos para recolección de información se pudo determinar qué; Tiendas Portilla es una micro empresa que cuenta con altos índices de aceptación y crecimiento en el sector donde desarrolla su actividad económica. Es el único establecimiento que tiene presencia en dos de los barrios de la comuna 12.

La competencia del sector es considerable puesto que compite con minimarket y supermercados reconocidos en la ciudad.

A nivel interno cuenta con fortalezas considerables, entre ellas se destaca el poseer capital de trabajo y liquidez. Para el manejo de los inventarios lo realiza bajo la planeación estratégica tratando al máximo de disminuir el nivel de riesgo de invertir en productos de baja rotación.

A nivel interno son mayores sus fortalezas a sus debilidades.

Cabe resaltar que actualmente Tiendas Portilla no se ha ocupado por darse a conocer a través del uso de la tecnología mediante la creación de contenido en redes sociales u ocuparse en desarrollar una tienda virtual para de esta manera aumentar su segmento de mercado y captar más clientes.

A nivel externo son muchas más las amenazas a sus oportunidades, lo cual se argumenta en que la comercialización de bienes y servicios de la canasta familiar y productos de consumo masivo en los hogares son el blanco para las cargas impositivas y el sector que más se ve afectado por el desabastecimiento y la alza o baja de indicadores económicos. Para ello Tiendas Portilla deberá estructurar la toma de decisiones usando estrategias basadas en sus fortalezas y oportunidades.

**CONCLUSIONS:** *by carrying out the internal and external diagnosis using the instruments for collecting information, it was possible to determine what; Tiendas Portilla is a micro company that has high rates of acceptance and growth in the sector where it carries out its economic activity. It is the only establishment that has a presence in two of the neighborhoods of commune 12.*

*The competition in the sector is considerable since it competes with well-known*

*minimarkets and supermarkets in the city.*

*Internally it has considerable strengths, among them having working capital and liquidity stands out. Inventory management is carried out under strategic planning, trying as much as possible to reduce the level of risk of investing in low-turnover products.*

*Internally, its strengths are greater than its weaknesses.*

*It should be noted that Tiendas Portilla has not currently been concerned with making itself known through the use of technology by creating content on social networks or developing a virtual store in order to increase its market segment and attract more customers.*

*At an external level, there are many more threats to their opportunities, which is argued that the marketing of goods and services from the family basket and mass consumption products in homes are the target for tax burdens and the sector that is most affected by shortages and the rise or fall of economic indicators. To do this, Tiendas Portilla must structure decision-making using strategies based on its strengths and opportunities.*

**RECOMENDACIONES:** Tiendas portilla debe acoger y tomar decisiones encaminadas hacia la mejora de su capacidad comercial, basándose en el análisis de las matrices elaboradas en el presente trabajo de investigación.

Se recomienda que Tiendas Portilla opte por la tecnología para organizar mediante la sistematización y dar a conocer su negocio llegando a captar más clientes a través de las estrategias de promoción y distribución en redes sociales.

Se recomienda que Tiendas Portilla aplique el plan de acción diseñado como herramienta para la implementación del plan de mejoramiento comercial.

**RECOMMENDATIONS:** *Tiendas portilla must accept and make decisions aimed at improving its commercial capacity, based on the analysis of the matrices developed in this research work.*

*It is recommended that Tiendas Portilla opt for technology to organize through systematization and publicize its business, attracting more customers through promotion and distribution strategies on social networks.*

*It is recommended that Tiendas Portilla apply the action plan designed as a tool for the implementation of the commercial improvement plan.*